



NÚCLEO DE DESIGN E MEIO AMBIENTE

PROJETO FLORESTA VIVA

Relato de Experiência

Articulação de Comercialização em Manaus

1.0 Apresentação

Dada a aproximação iniciada pela Equipe Fucapi desde os diagnósticos e pesquisa de mercado, e levando em consideração as mudanças institucionais sofridas pela estrutura governamental, a partir do 2º. Termo aditivo, a articulação comercial passou a integrar as atividades da Fucapi.

Tal atividade visava a identificação de um agente que possibilitasse o escoamento da produção dos pólos em Manaus e pudesse munir a equipe de informações que permitissem a avaliação da eficácia das iniciativas em curso. Além disso, as atividades também visavam a apresentação das associações no mercado de Manaus como potenciais fabricantes de móveis.

2.0 Atividades desenvolvidas

- **Apresentação Protótipos Lojistas de Manaus**

Realizado em 01 de março de 2007, esse evento marcou a apresentação da linha de camas, composta, na ocasião, por 12 produtos. Promovido pela então ativa Agência de Florestas, contou com a presença de aproximadamente 20 empresários, entre lojistas e fabricantes de móveis. Equipe Fucapi entregou em mãos os convites, visitando os empreendimentos selecionados.

Na oportunidade, ficou clara a preocupação dos empresários locais quanto a qualidade e garantia de fornecimento dos produtos e de madeira manejada. Em avaliação posterior, verificou-se que a inserção dos fabricantes de móveis de Manaus na iniciativa seria um fator complicador, uma vez que os trâmites e mobilização iniciados nos pólos teriam que ser refeitos na capital, o que retardaria o alcance dos resultados previstos na vigência do acordo. Essa alternativa fora anteriormente levantada levando em consideração a possibilidade de montagem e acabamento serem feitos em Manaus como forma de minorar os impactos logísticos e problemas de qualidade advindos da embalagem e transporte dos produtos.

Dois aspectos foram levantados: custo dos produtos, considerados caros em demasia em função da concorrência com produtos de origem ilegal e a importância de implementação de estratégias de marketing, como forma de valorizar o conceito.

Não foram apresentadas estimativas de lotes, dadas as incertezas quanto ao número de unidades produtivas a tomarem parte no treinamento e produção piloto.

- **Reunião (Suframa) com Lojistas de Manaus**

Realizada em 09 de novembro de 2007, após o encerramento do Ciclo de Treinamentos nos municípios (término em setembro, Maués) e em meio a mudanças institucionais e negociação do escopo dos Termos Aditivos ao Acordo de Cooperação. Na ocasião, apenas Lojistas, com histórico de vendas de produtos em madeira maciça foram convidados. Estiveram presentes representantes das Associações, exceto ASSPAM.

Fizeram-se presentes apenas 03, dentre os 24 empreendimentos cujos convites foram entregues em mãos. Cada um dos presentes representava uma categoria dentre as lojas de mobiliário locais: uma pequena loja, com fabricação própria; um pequeno grupo de lojas, especializadas em madeira maciça, com fornecedores de fora de Manaus e uma grande rede de varejo, com um mix variado de produtos, dentre eles, camas de madeira maciça produzidas no interior do estado e em Manaus.

Foi solicitado o preenchimento de um questionário de interesse de compra e levantamento de demanda, através do qual foi possível aferir a impossibilidade de compra pelos pequenos lojistas com fabricação própria; o interesse do pequeno grupo em compras via consignação, com volumes pequenos e a possibilidade de compra de grandes lotes, com pequeno mix de produtos, pela rede de varejo.

Na oportunidade, foi questionada a estimativa de produção e novamente, em função da indefinição das unidades produtivas e oferta de madeira manejada, tal questionamento permaneceu sem resposta.

Após essa atividade, ficou claro que mais do que um contrato, o estágio de desenvolvimento da produção piloto requereria uma parceria comercial, através da qual pudéssemos garantir que os volumes produzidos, ainda que em quantidades e características diferentes das manifestadas no levantamento de demandas, pudessem encontrar um espaço no qual fosse possível aferir a viabilidade comercial dos produtos.

Nesse ínterim, a TV Lar despontou como um potencial parceiro, mostrando-se abertos ao diálogo e interessados na temática.

- **Elaboração de Identidade Corporativa e Catálogo de Produtos**

A estratégia adotada tomou como base o perfil da classe empresarial de Manaus, que tem preferência pela credibilidade dos produtos, agregando valor a sua marca/ empresa, prezando pela qualidade, estética e durabilidade, além de serem pré-dispostos a atingirem mercados internacionais, que tenham preocupações e estratégias com responsabilidades sócio-ambientais.

A adoção de um programa de marketing verde é um foco que pode representar uma melhor posição competitiva para as empresas, pois tem vindo representar uma reação das empresas mais socialmente responsáveis às expectativas de consumo, por produtos e serviços que determinam menores impactos ambientais.

Nesta convergência de conceitos foi criado um catálogo de produtos para enfatizar não só os produtos, mas também sua origem, e as comunidades/ associações envolvidas no processo. A linguagem empregada vem a ser um quebra de paradigma, pois transmite características contraditórias à baixa qualidade que normalmente se produz no interior.

Quanto aos aspectos gráficos empregados, espaços em branco foram notórios, para dar uma aparência mais “*clean*” e por ser uma cor de maior simplicidade, organização, e sofisticação aos produtos, e a predominância de formas orgânicas e imagens com tonalidades em verde, por remetem à natureza e serem associativas a desejo e tranquilidade, além do amarelo, por simboliza a luz irradiante em todas as direções.

- **Articulação TV LAR**

O planejamento das atividades consequentes, o andamento da regularização jurídica e ambiental, os aspectos relacionados a gestão das Associações, notadamente os relacionados a aquisição de madeira, tornaram a venda dos produtivos uma atividade de risco, dado que até agosto de 2008 apenas a AMEC e a AMMACAS haviam concluído a aquisição de madeira.

Dessa forma, considerando a iminência de prejuízo a imagem dos produtores e das instituições que intermediaram o processo, e verificando que a oferta de madeira manejada e os processos produtivos limitam a capacidade de produção, optou-se por focar as negociações com a TV Lar, uma vez que o número de lojas (24) tornaria fácil a assimilação da produção.

Fundamental reiterar que, tanto maior o número de empresas mobilizadas, maior o risco de quebra, ou ainda de estabelecimento de credibilidade do processo, uma vez que o processo apresentava inúmeras falhas, características de um processo de estruturação de cadeias produtivas. Dessa forma, a Fucapi formalizou, através de carta, o convite a parceria comercial e seguiu-se várias reuniões, nas quais a Diretoria Comercial tomou ciência das atividades, preços, planilhas.

Em 18 de outubro de 2008, foi realizada uma reunião com a Diretoria Comercial, na pessoa do Sr. Antonio Azevedo, com a presença da Coordenação Central do Projeto, Coordenador do Centro de Desenvolvimento Regional da Fucapi - Alex Magalhaes, Lider do Projeto Floresta Viva - Fucapi - Joice Machado e Diretor da ADS. Ficou clara, na oportunidade, a adesão da TV Lar e o interesse em adquirir camas dos maiores lotes, conforme os preços apresentados na mesma reunião. Foi negociada inclusive a disponibilização do espaço TV LAR no Amazonas Shopping para lançamento dos produtos em evento que seria realizado no dia 03 de dezembro.

Novamente a questão escala x preços, foi o ponto chave da discussão. Demonstrado em relatórios de compra, os preços dos produtos similares apresentavam-se significativamente mais baixos e ficou claro que dificilmente valores acima de 20% seriam aceitos. Esses valores já haviam sido discutidos anteriormente.

Seguiu-se, através da ADS, a contratualização que, dada as alterações de preços, não foi exitosa. Importante registrar nesse processo que a articulação pelas Associações incluiu o grande desafio de convencimento sobre as diferenças de um contrato que visa produção continuada e as vendas diretas que eles estão acostumados a fazer. Em um processo de introdução de produtos no mercado, dificilmente se chega a uma lucratividade excelente no primeiro lote.

A avaliação nos leva a concluir que, em meio a um cenário tão adverso para produção de móveis com madeira de floresta manejada e tentativa de consolidar a imagem das associações como fabricantes confiáveis, embora a oferta instável de produto, a consignação se configura como melhor estratégia para colocação dos produtos no ponto de venda.

3.0 – Considerações

Condição *sine-qua-non*, dada a intenção de se estabelecer uma produção em escala com qualidade, é a instalação de estufas que atendam a demanda do município, uma vez que só através da correta técnica de secagem pode-se garantir a qualidade final do produto, fornecimento e cumprimento de prazos para mercados maiores. Essa é a primeira das exigências dos lojistas e ainda não pode ser atendida.

A escolha do produto “cama” levando em consideração o móvel com maior procura, escondeu alguns complicadores como: a variedade de medidas de colchões (introdução de camas Box) e a necessidade de complementos como criados mudos. A cama é um produto “caro de vender” pelos processos que envolvem a fabricação, e em função do espaço que ocupa no ponto de venda.

Evitando a concorrência com a madeira destinada a exportação, o desenvolvimento de produtos em madeiras claras, é uma boa estratégia para baixar preços, gargalo fundamental para bom desempenho mercadológico em Manaus.

A inserção de um novo produto no mercado requer uma boa quantidade e garantia de fornecimento. O ideal é a diminuição do número de modelos, havendo uma maior produção de cada.

Finalmente, a premissa adotada, focada nas Classes B e C, mostrou-se desafiadora, uma vez que o produto feito em madeira manejada é pouco competitivo em termos de preços, e a decisão de compra dessas classes é baseada nessa questão. A estratégia de diferenciação é mais coerente, pois permite maior agregação de valor por produto, e venda para as classes A e B, focos em cuja decisão de compra, apelos como origem e design tem maior ressonância.

Finalmente, o grande trunfo a explorar nesse sentido é a difusão maciça do conceito “madeira de floresta manejada” para a população, uma necessidade detectada durante a pesquisa de mercado e que se mostrou necessária e eficiente a médio e longo prazo, devendo portanto ser trabalhada mesmo antes do lançamento de quaisquer produtos que o contenham.

4.0 Anexos

Lista de Lojas Visitadas / Convidadas

LOJA	TEL.	ENDEREÇO
TV LAR	3633-6446 3633-6440	Rua Henrique Martins, 539 - Centro
MS CASA / GRUPO SOUZA	2101-5700 2101-5702	Av. Djalma Batista, 1255 - Chapada
RAIUGA	3236- 2747 3236-1861	Rua Recife, 5005 - Parque dez
APA MOVEIS	3631-5559 3622-8414	Rua Rocha dos Santos, 68 - Centro ou Rua da Instalação, 138 - Centro
ACONCHEGO DO LAR	36223352	Rua Marcílio Dias, 148 - Centro
ARMAZEN PARAIBA	3644-0208 3681-4080	
DINAMICA DESIGN	3236-3000 36635012	Cachoeirinha ou Av. Darcy Vargas, 14 - Chapada
ETNO	3646-9494	Rua Alvaro Braga, 351 - Parque dez
JM MOVEIS	3624-1606	Av. Leopoldo Peres, 560 – Educandos
JULIANA MOVEIS	3656-0540	Av. São Jorge, 3582 - São Jorge
BELA CASA	3634-5399	R. Barao do rio branco 1377, Pq das laranjeiras (entre cond. São judas tadeu e cidade nova)
BALBINO MOVEIS	3671-3229	Av. Oscar Borea, 107, compensa II (ao lado do prato cidadao)
FORTALEZA MOVEIS	3581-4071	av.Max texeira,770, Cidade nova (prox. A TAM)
JC MOVEIS	3673-7759	Av. São pedro,158a, Compensa II (prox. Ao antigo Roque)
LAR MOVEIS OU LS MOVEIS	3613-2753	
MOVEIS MARTINEZ	3671-2809	Av são pedro, 645, compensa II (prox. Antigo Roque)
MH MOVEIS	3663-5563	Andre araujo, Aleixo, 2055
NOSSA CASA	3629-0905	R. Amazonas, Compensa (prox. Bradesco)
REQUINTE MOVEIS	3611-3594	Arnaldo carpiteiro perez, 27A, Petropolis (atras do comando da policia federal)

BARRACAO DOS MOVEIS	3611-2618 3611-1784	R. alfredo Paz Barreto (mesmo rua do Kagin)
ESQUINA DAS CAMAS E DOS COLCHOES	3233-6568 3633-6307	Pça. Chile, 12 – Adrianópolis
LETICIA MOVEIS	3671-6542	Rua Amazonas, 617 - Compensa I
MOVEIS SILVA	3671-8459 3651-5565	Av. Rio Negro, 56 - Santo Agostinho ou Rua Campo Grande, 200 – Redenção
MC MOVEIS	3671-8724	
DU LAR	3622-9299 3622-9330	
DURABEM	3633-3737	Av. Max Teixeira, 770 - Cidade Nova